

Öffentlicher Druck auf politisches Handeln und Entscheiden: eine theoretische Konzeptualisierung

Weichselbaum, Philipp

Erstveröffentlichung / Primary Publication
Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Weichselbaum, P. (2016). Öffentlicher Druck auf politisches Handeln und Entscheiden: eine theoretische Konzeptualisierung. In P. Henn, & D. Frieß (Hrsg.), *Politische Online-Kommunikation: Voraussetzungen und Folgen des strukturellen Wandels der politischen Kommunikation* (S. 219-251). Berlin <https://doi.org/10.17174/dcr.v3.10>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more Information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Empfohlene Zitierung: Weichselbaum, P. (2016). Öffentlicher Druck auf politisches Handeln und Entscheiden: Eine theoretische Konzeptualisierung. In P. Henn & D. Frieß (Hrsg.), *Politische Online-Kommunikation. Voraussetzungen und Folgen des strukturellen Wandels der politischen Kommunikation* (S. 219-251). doi: 10.17174/dcr.v3.10

Zusammenfassung: Was ist der ‚Druck der Öffentlichkeit‘? Was ist der ‚öffentliche Druck‘, unter dem Politiker handeln und entscheiden? Dieser Beitrag enthält das vorläufige Ergebnis grundlegender Überlegungen. Es wird eine Definition öffentlichen Drucks entwickelt, es werden Determinanten und Indikatoren öffentlichen Drucks benannt und es wird bestimmt, was unter der subjektiven Druckwahrnehmung des Politikers zu verstehen ist. Es wird ein Vorschlag gemacht zur Berechnung eines ‚Druckindexes‘ und zur Feststellung des Druckpotenzials der politischen Öffentlichkeit. Anschließend geht es um den spezifischen Druck der politischen Netzöffentlichkeit und wie er – verglichen mit traditionellen politischen Öffentlichkeiten – auf ähnliche oder unterschiedliche Art und Weise zustande kommen kann. Abschließend werden aus der Perspektive des Politikers Grenzen öffentlichen Drucks benannt.

Lizenz: Creative Commons Attribution 4.0 (CC-BY 4.0)

Philipp Weichselbaum

Öffentlicher Druck auf politisches Handeln und Entscheiden

Eine theoretische Konzeptualisierung

1 Einführung

In diesem Beitrag wird theoretische Grundlagenarbeit betrieben. Er ist vorläufiges Ergebnis des Versuchs, den Gehalt eines scheinbar aus sich selbst heraus verständlichen Begriffs konzeptionell zu fassen und die Frage zu beantworten: Was *meint* er eigentlich? Es geht um den ‚Druck‘ der politischen Öffentlichkeit, um den ‚öffentlichen Druck‘ auf das Handeln und Entscheiden von politischen Akteuren. Nahezu täglich ist in der Presse zu lesen, dieser oder jener Politiker stünde ‚unter Druck‘. Es kommt vor, dass Politiker selbst ihr Handeln und Entscheiden nachträglich damit rechtfertigen, sie hätten ‚unter Druck‘ gestanden. In der einschlägigen Typologie von Gründen für politische Rücktritte nennen Politologen auch den Rücktritt „aus öffentlichem Druck“ (Fischer & Kaiser, 2011). Dennoch ist weder in der Politikwissenschaft noch in einer anderen Geistes- oder Sozialwissenschaft eine Antwort auf die Frage zu finden, wovon genau gesprochen wird, wenn von ‚Druck‘ die Rede ist. Man sucht vergebens nach einer Definition und einer theoretischen Ausarbeitung von Ursachen, Indikatoren und Folgen dessen, was der Begriff bezeichnet. Seine Allgegenwart führt zur Illusion von Selbstverständlichkeit. Und Selbstverständliches verlangt nicht nach Begründung.

Das vermeintlich Selbstverständliche zu erklären – darin liegt eine besondere Herausforderung der Wissenschaft. Aber warum sollte das in diesem Fall gerade Aufgabe der Publizistik sein? Der Grund ist: Öffentlicher Druck stellt ein Phänomen dar, das eine Funktion von Öffentlichkeit ist – wobei Funktion im Sinne von abhängiger Größe zu verstehen ist und nicht im Sinne von Aufgabe. Die erste Grundannahme lautet, dass es ohne (politische) Öffentlichkeit keinen öffentlichen (politischen) Druck gibt. Die zweite Grundannahme lautet, dass öffentlicher Druck die Wirkung, das Resultat eines Kommunikationsprozesses ist, der durch „öffentliche Aussage, durch Öffentlichkeit“ (Noelle-Neumann, 1971, S. 7) bewirkt wird. Mit diesen Annahmen ist der zentrale Gegenstandsbereich der Publizistikwissenschaft angesprochen.

In der Konzeptualisierung öffentlichen Drucks, wie sie im Folgenden vorgeschlagen wird, geht es um den spezifischen Druck auf das Handeln und Entscheiden der Protagonisten politischer Öffentlichkeit. Dabei richtet sich der Blick auf personale politische Akteure (der Einfachheit halber wird von Politikern gesprochen), wobei Organisationen und Institutionen als Akteure vorerst ausgeblendet werden. Das bedeutet nicht, dass Organisationen und Institutionen abgesprochen wird, unter Druck stehen zu können – immerhin wird ihnen auch die Fähigkeit zugesprochen, denken zu können (Douglas, 1991); vielmehr sollen die folgenden Überlegungen möglichst schlank gehalten werden. Gleiches gilt für andere mögliche Protagonisten der politischen Öffentlichkeit, wie etwa Bürger und Journalisten – denen ebenfalls nicht abgesprochen wird, unter Druck stehen zu können.

Indem von Protagonisten oder auch von Gegenständen politischer Öffentlichkeit gesprochen wird, kommt bereits zum Ausdruck, dass es sich bei ihr um *massenmedial vermittelte* politische Öffentlichkeit handelt. Mit anderen Worten: Im Folgenden geht es bei politischer Öffentlichkeit um politikbezogene massenmediale Inhalte. Daraus folgt eine wichtige Konsequenz: In der vorliegenden Konzeptualisierung öffentlichen Drucks kommt all jenen Akteuren eine Schlüsselrolle zu, die die politikbezogenen Inhalte der Massenmedien produzieren bzw. schaffen. Erst durch ihr Handeln, durch ihr Publizieren entsteht das Druckpotenzial der politischen Öffentlichkeit. Öffentlicher Druck als Funktion von Öffentlichkeit heißt also, dass das Druckpotenzial der politischen Öffentlichkeit abhängt von spezifischen Eigenschaften ihrer Inhalte.

2 Vorbereitende Überlegungen

Der *Deutsche Wortschatz nach Sachgruppen* führt ‚Druck‘ in 13 Sinnzusammenhängen auf (Dornseiff, 2004).¹ Im hier interessierenden Kontext wird sich auf Druck als Einflussform im sozialen Leben konzentriert. So verstanden ist Druck ein unangenehmes Gefühl. Druck schränkt ein. Wenn ein Mensch ‚unter Druck‘ steht, kann er nicht länger tun, was und wie er es möchte. Gleichwohl kann empfundener Druck positive Konsequenzen haben. Wäre ein Mensch nicht unter Druck gesetzt worden und hätte er sich nicht unter Druck gesetzt gefühlt, hätte er unter Umständen anders oder gar nicht gehandelt. Druck kann sowohl einschränken als auch motivieren.² Druck trägt zur Definition eines Handlungsrahmens bei (das ist seine inhaltliche Dimension) und zur Definition eines Zeithorizonts (das ist seine temporale Dimension). Druck engt sowohl die Handlungsmöglichkeiten eines Menschen ein als auch den Zeithorizont, vor dem er eine Handlung gewählt und ausgeführt haben darf, soll, muss.

Druck als Motivation meint erstens den generellen Antrieb zu einer Handlung. In diesem Sinn regt Druck an, spornt an, veranlasst einen Menschen, zu handeln. Ein Mensch handelt so und nicht anders, auch weil er sich unter Druck gesetzt fühlt. Deshalb kann empfundener Druck als Handlungsgrund bezeich-

- 1 Druck im Sinn einer (1) *körperlichen Wahrnehmung*, der in derselben semantischen Kategorie zu finden ist wie zum Beispiel Brennen, Jucken, Kitzel; Druck im Sinn von (2) *Kraft*, so wie die Abstoßung eine ist, die Anziehung und der Schwung; Druck im Sinn von (3) *schwer*, so wie das Gewicht und die Masse; Druck im Sinn von (4) *Antrieb und Stoß*, die eine Ortsveränderung bewirken; Druck im Sinn von (5) *Anstrengung*, ähnlich der Bestleistung, dem Maximum und Optimum; Druck im Sinn von (6) *wichtig*, im unmittelbaren Zusammenhang etwa mit Ernst, Grund und Stellenwert; Druck im Sinn von (7) *Unlust verursachen*, wie es auch das Ärgernis, der Stress und die Überlastung tun; Druck im Sinn von (8) *Zeichen*, so wie das Merkmal oder die Kerbe; Druck im Sinn von (9) *Buchdruck und Drucklegung*; Druck im Sinn von (10) *Buch und Heft* in Formen wie der Ausgabe, der Bearbeitung oder dem Exemplar; Druck als (11) *physikalisches Maß*; Druck im Sinn von (12) *Einfluss*, wie Gewalt, Mehrheit oder Überlegenheit; Druck im Sinn von (13) *Zwang*, verstanden zum Beispiel als Diktat, Drang, Notwendigkeit.
- 2 *Roget's International Thesaurus*, das renommierteste englischsprachige Sachgruppen-Wörterbuch, nennt „pressure“ auch im Sinn von „urging“ in der semantischen Gruppe „motivation, inducement“ (Kipfer, 2010, S. 302).

net werden.³ Das ist der mechanische Aspekt von Druck als Handlungsantrieb. Es lässt sich vom ‚Mechanismus des Druck-Empfindens‘ sprechen. Ein sozialer Mechanismus ist eine „wiederholt ablaufende Wirkungskette (...), auf die sich (...) Erwartungen und über Erwartungen Kausalzusammenhänge eingestellt haben“ (Luhmann, 1978, S. 489). Dies führt zum zweiten Aspekt von Druck als Motivation. Unter Druck gesetzt zu sein bedeutet, mit Erwartungen konfrontiert zu werden. Diese wahrgenommenen Erwartungen tragen dazu bei, dass ein Mensch seine Handlungsmöglichkeiten eingeschränkt sieht. Erwartungen hat ein Mensch an sich selbst, haben andere Menschen an ihn, oder ein Mensch nimmt an, dass andere sie an ihn haben. Druck ist deshalb ein (auto-)soziales Phänomen. Es liegt in der Natur des Menschen, vor seinen Mitmenschen möglichst gut dastehen zu wollen. Niemand sieht sich gern ausgegrenzt. Wenn menschliches Handeln unter Druck verstanden wird als ein auf Erwartungserfüllung zielendes Handeln, dann ist dieses Handeln ein Handeln vor den Augen anderer oder vor den eigenen Augen, dem *mind's eye*. Deshalb ist Handeln unter Druck immer öffentliches Handeln: entweder mit Blick auf Dritte oder mit Blick auf das sich selbst bewusste Selbst. Die besondere Motivation des Handelns unter Druck liegt somit auch darin, dass es unter bewusster Fremd- und Selbstbeobachtung stattfindet. Ein unbewusstes Gefühl, unter Druck zu stehen, kann es in dieser Konzeption nicht geben.

Drittens macht Druck im Sinn von Motivation deutlich, dass die ausschließliche Konzeptualisierung von Druck als unangenehmes Gefühl zu kurz greift. In jedem Fall richtig scheint die Betonung der einschränkenden Qualität von Druck. Indem ein Mensch dennoch das Beste aus der Situation machen will, kann Druck in ihm ein Potenzial freisetzen. Das ist das Potenzial der seinem Handeln innewohnenden Kreativität (Joas, 1992). Wenn es heißt, Druck motiviert, dann ist damit auch gemeint, dass Druck anreizt, ermutigt, inspiriert. Druck kann Kreativität freisetzen, das heißt die Möglichkeit, neue und originelle Problemlösungen zu finden (Klima,

3 Stoutland (2002, S. 157-158) unterscheidet „vier Arten von Erklärungen (...), bei denen man sich auf Gründe dafür beruft, warum ein Akteur in bestimmter Weise handelt“. Das sind „In-Reaktion-auf-etwas“- , „In-Konformität-mit-etwas“- , „Aus-etwas“- und „Um-zu“- , d. h. teleologische Gründe. Dementsprechend kann wie folgt differenziert werden: Wenn das Empfinden von Druck ein Grund für das Handeln eines Menschen ist, dann heißt das, er handelt *in Reaktion auf* den verspürten Druck; *in Konformität mit* den von ihm wahrgenommenen Erwartungen Anderer an sein Handeln; *aus* verspürtem Druck; oder *um* sich von dem Druckgefühl zu befreien.

1978, S. 431). Kreativität verweist auf die schöpferische Kraft, sich unter Druck, unter einschränkenden Bedingungen bestmöglich zu verhalten. Deutlich sollte also geworden sein, dass eine Situation, in der sich ein Mensch unter Druck gesetzt fühlt, ihn mit einem eingeschränkten Repertoire an Handlungsmöglichkeiten konfrontiert – und diese Einschränkung für ihn Komplexität reduziert. Zugleich aber bleibt ein beträchtliches Maß an Unsicherheit. Welche der Möglichkeiten, aus denen er noch wählen kann, ist in seinem Interesse die geeignetste? Das ist mit ein Grund dafür, warum Unsicherheit und Komplexität als zwei Kernprobleme der Handlungstheorie bezeichnet werden (Imhof, 2002; 2012).

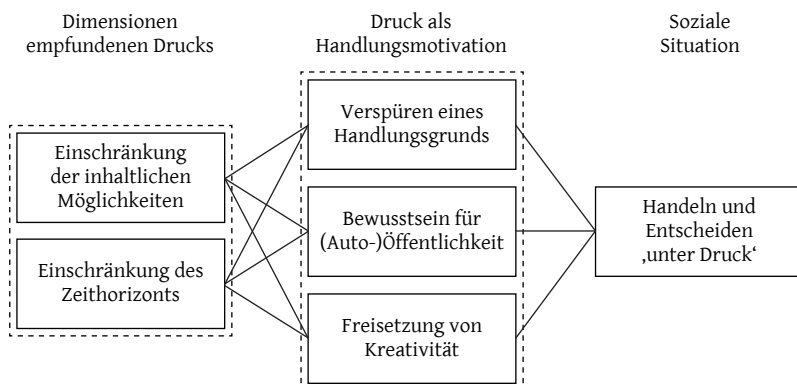
Bis hierin lässt sich zusammenfassen: Druck als Handlungsmotivation beinhaltet drei Aspekte: Das sind der mechanische, der öffentliche und der kreative Aspekt. Der soziale Mechanismus des Drucks besteht darin, dass er zum tatsächlichen Handeln veranlasst. Mit der Öffentlichkeit des Drucks ist die (Auto-)Sozialität des Phänomens gemeint. Ohne das Bewusstsein des eigenen Selbst (ein Mensch ist sich bewusst, dass er sich selbst beobachtet) oder der Beobachtung durch Andere kann es keinen Druck geben.⁴ Die Kreativität des Drucks besteht darin, dass ein Mensch in Situationen eingeschränkter Möglichkeiten bestrebt ist, Bestmögliches zu schaffen. Dies führt zur Feststellung, dass – in terminologischer Anlehnung an Lamp (2009) – von der *Doppelnatur* des Drucks zu sprechen ist. Druck hat eine Sonnen- und eine Schattenseite. Auf seiner Sonnenseite steht der anspornende und Kreativität induzierende Charakter des Drucks. Auf seiner Schattenseite stehen die inhaltliche und zeitliche Einschränkung der Handlungsfreiheit und der Aspekt des Öffentlichen. Diese vorbereitenden Überlegungen werden, bevor im nächsten Schritt mit der Konzeptualisierung im strengeren Sinn begonnen wird, in Abbildung 1 (nächste Seite) systematisiert.

3 Öffentlicher Druck definiert

Was ist gemeint, wenn von einem Politiker gesagt wird, er steht unter öffentlichem Druck? Sobald sich der Politiker in eine politische Öffentlichkeit be-

4 Umgekehrt führt verspürter Druck auch zum Beobachten: „Die Beobachtung gewisser Handlungsweisen ist dem einzelnen durch den Druck der Gesellschaftsmacht aufgezwungen“ (Geiger, 1987, S. 256).

Abbildung 1: Grundverständnis von ‚Druck‘ als (auto-)soziales Phänomen



Quelle: Eigene Darstellung

gibt – das heißt: in den Kommunikationsraum politische Öffentlichkeit (siehe etwa Habermas, 1990, S. 15; Arendt, 2013, S. 58) –, dann übt sie eine Kraft auf den Politiker aus. Diese Kraft ist der Druck der politischen Öffentlichkeit. Druck ist für den Politiker eine wesentliche *Umweltbedingung* des Kommunikationsraums politischer Öffentlichkeit. Um ihn auszuhalten, muss der Politiker hinreichend widerstandsfähig sein (Herzog, 1975, S. 244). Das ist die wesentliche *Objekteigenschaft* des Politikers. Die politische Öffentlichkeit, wie sie hier verstanden wird, sind die politikbezogenen Inhalte der Massenmedien – worunter vor allem die Inhalte der Politikberichterstattung zählen. Von zentraler Bedeutung ist der Unterschied zwischen dem, was im Folgenden als ‚öffentlicher Druck‘ und dem, was als ‚subjektive Druck-Wahrnehmung‘ bezeichnet wird. Öffentlicher Druck ist der Druck der politischen Öffentlichkeit auf Politiker, wie er intersubjektiv gemessen werden kann. Die subjektive Druck-Wahrnehmung ist die Wahrnehmung des Politikers, dass seine Handlungs- und Entscheidungsspielräume eingeschränkt sind – jenseits sonstiger Vorgaben, seien es rechtliche, bürokratische oder organisatorische. Beides wird in den nächsten Abschnitten in knapper Form erläutert.

Die *methodologische* Operationalisierung öffentlichen Drucks (d. h. des Druck, wie er intersubjektiv gemessen werden kann) ist nicht die einzig mögliche, aber die für die quantitativ-empirische Forschung gewinnbringendste. Sie ist eindeu-

tig, zeitlich invariant und sie bildet einen externen Bezugspunkt, an dem die subjektive Druck-Wahrnehmung gemessen werden kann. Nach einer Operationalisierungstypologie von Kepplinger, Tullius und Augustin (1994, S. 302-303) wären mindestens vier weitere Arten von Operationalisierungen möglich gewesen: Erstens, gemäß der *intentionalen* Operationalisierung wäre öffentlicher Druck derjenige Druck, den Journalisten und andere Produzenten massenmedialer Inhalte bewusst auf Politiker ausüben wollen. Sie unterstellt, dass Druck bewusst ausgeübt wird und macht das Konstrukt ‚Druck‘ inhaltlich abhängig von dem, was Journalisten und Produzenten angeben, was Druck ist. Zweitens, gemäß der *hermeneutischen* Operationalisierung wäre öffentlicher Druck derjenige Druck, den ‚sachkundige Experten‘ als solchen identifizieren. Sie macht das Konstrukt abhängig von den Einschätzungen dieser Experten. Drittens, gemäß der *kollektivistischen* Operationalisierung wäre öffentlicher Druck derjenige Druck, den alle Politiker als Druck-Objekte gleich wahrnehmen. Sie macht das Konstrukt abhängig von einem Minimalkonsens der betroffenen Politiker. Viertens, gemäß der *individualistischen* Operationalisierung wäre öffentlicher Druck keine Tatsache der sozialen Realität im Sinn einer objektiven (bzw. intersubjektiven) Gegebenheit – und könnte deshalb nicht operationalisiert werden. Öffentlicher Druck wäre ausschließlich das, was Politiker als öffentlichen Druck wahrnehmen. Eine solche Operationalisierung macht das Konstrukt abhängig von der individuellen Wahrnehmung des Politikers, die singulär sein kann und gänzlich inkongruent mit der Wahrnehmung eines anderen Politikers.

Diese vier Operationalisierungen sind zwar theoretisch möglich, aus verschiedenen Gründen in der praktischen empirischen Forschung aber nicht umsetzbar. So ist es zum Beispiel unwahrscheinlich, dass es gelingen wird, Politiker-Protagonisten der massenmedialen Berichterstattung vergleichend zu ihrer Druck-Wahrnehmung zu befragen, um im nächsten Schritt mit den Ergebnissen ein Konzept öffentlichen Drucks zu konstruieren. Stattdessen wird hier vertreten, öffentlichen Druck als das zu begreifen, was intersubjektiv gemessen werden kann. Dazu müssen Indikatoren öffentlichen Drucks bestimmt werden, also Merkmale massenmedialer Inhalte, die einerseits methodologisch als öffentlicher Druck operationalisiert werden und von denen andererseits angenommen wird, dass sie eine subjektive Druck-Wahrnehmung des Politikers begünstigen.

Wahrgenommener öffentlicher Druck wirkt auf Art und Zeitpunkt von Handlungen und Entscheidungen (inhaltliche und temporale Dimensionen).

Er kann bereits gemachte Pläne bestärken, verändern oder verhindern. Ebenso kann er Handlungen und Entscheidungen erst hervorrufen. Auch hierzu sind Erklärungen angebracht: Erstens wird die vorgeschlagene Definition der subjektiven Druck-Wahrnehmung weder als deterministisch noch als allgemein verstanden. *Nicht deterministisch* heißt, dass die Einschränkung der Handlungs- und Entscheidungsspielräume auch auf andere Art und Weise zustande kommen kann und nicht ausschließlich durch die Wahrnehmung öffentlichen Drucks. Das wird mit dem Hinweis auf rechtliche, bürokratische und organisatorische Vorgaben angedeutet. Die Wahrnehmung öffentlichen Drucks wird als *ein* (nicht: als *der*) Grund verstanden, warum sich ein Politiker im genannten Sinn eingeschränkt fühlt. Auch hängt die Bedeutung des wahrgenommenen öffentlichen Drucks für das Handeln und Entscheiden eines Politikers davon ab, in welchem Verhältnis die Druck-Wahrnehmung zu anderen Handlungsgründen steht. Dazu gehören unter anderem festgeschriebene politische Programme und die Machtposition des Politikers in Aushandlungsprozessen.⁵ Wenn die Definition der subjektiven Wahrnehmung öffentlichen Drucks als *nicht allgemein* verstanden wird, dann heißt das, die in ihr bezeichneten Mechanismen müssen nicht immer und überall so ablaufen. Weder ist ein Politiker als Akteur zu denken, der zu jeder Zeit öffentlichen Druck wahrnimmt. Noch ist er als jemand zu denken, der an jedem Ort und bei allem, was er tut, subjektiv unter Druck steht. Stattdessen ist die Wahrnehmung öffentlichen Drucks von Randbedingungen abhängig.

Zweitens ist zu klären, was unter Wahrnehmung verstanden werden soll. Sie meint vor allem, dass es öffentlichen Druck nicht objektiv geben muss, um für einen Politiker Folgen zu haben. Das ist die entscheidende – und theoretisch notwendige – Differenzierung von öffentlichem Druck einerseits und subjektiver Druck-Wahrnehmung andererseits. Allein die subjektive Wahrnehmung von Druck genügt, „denn für menschliches Handeln sind selten nackte Bedingungen und private Absichten anderer entscheidend, sondern nur das, was man dafür hält und wie man es bewertet“ (Schummer, 2014, S. 54). Dennoch kann davon ausgegangen werden, dass ein Politiker, der subjektiv wahrnimmt, unter Druck zu stehen, nicht grundlos zu diesem Gefühl

5 Danke an einen der anonymen Gutachter für diesen Hinweis.

gekommen ist. Die politische Öffentlichkeit als Umwelt, in der er sich bewegt, hat in diesem Fall bestimmte Eigenschaften, die der Politiker unmittelbar oder mittelbar erfährt. Der Politiker agiert professionell, er ist also eingebunden in einen Apparat zur Beobachtung, Planung und Gestaltung politischer Prozesse.⁶ Die Beobachtung schließt auch die Beobachtung der politischen Öffentlichkeit mit ein. Kepplinger, Tullius und Augustin (1994) argumentieren, dass objektive Medieninhalte Ursache sind von „subjektivem Verständnis, Missverständnis oder Nichtverständnis, die ihrerseits Ursachen von Wirkungen bilden“ (S. 307). Analog wird hier formuliert, dass öffentlicher Druck Ursache ist für die subjektive Wahrnehmung öffentlichen Drucks. Diese Wahrnehmung kann wiederum die Ursache einer Wirkung sein, etwa die des Rücktritts des Politikers. Es handelt sich dann um einen Rücktritt aufgrund öffentlichen Drucks. Dennoch ist tatsächlicher öffentlicher Druck keine zwingend notwendige Bedingung für die Wahrnehmung von Druck. Für den Politiker ist es irrelevant, ob es sich bei dem Druck, den er wahrnimmt, um eine sozial-optische Täuschung handelt, oder ob das, was er als Druck wahrnimmt, ein Korrelat in der Wirklichkeit hat. Gleichwohl ist es wahrscheinlicher als nicht, dass ein professioneller Politiker nur dann öffentlichen Druck wahrnimmt, wenn er tatsächlich vorhanden ist.

Drittens ist zu klären, was unter Handeln und Entscheiden verstanden werden soll und warum überhaupt zwischen beidem unterschieden wird. Handeln wird mit Schimank (2005, S. 48-49) als gefühlsgeleitetes, traditionales und routinemäßiges Tun begriffen. Davon sind Entscheidungen abzugrenzen als explizit Alternativen bedenkendes Handeln. Im Gegensatz zu Handlungen zeichnen sich Entscheidungen dadurch aus, dass der Akteur erstens das Alternativenspektrum sondiert und zweitens seine gewählte Alternative „im Hinblick auf die nicht gewählten Alternativen“ (Schimank, 2005, S. 49) relativiert. Die Unterscheidung zwischen Handeln und Entscheiden ist deshalb wichtig, weil Politiker, wie andere Menschen auch, nicht jede Handlung zu einer Entscheidung machen. Das kann zum Beispiel in Fällen gar nicht möglich sein, in denen keine Alternativen bekannt sind. Tabelle 1 fasst die wichtigsten und für alles Weitere grundlegenden Begriffe dieses Kapitels und ihre Bedeutungen zusammen.

6 Danke an einen der anonymen Gutachter für diesen Hinweis.

Tabelle 1: Zentrale Begriffe und ihre Definitionen

Definiendum	Definiens
politische Öffentlichkeit	politikbezogene Inhalte der Massenmedien (d. h. der veröffentlichten Meinung), zum Beispiel die Politikbericht-erstattung
öffentlicher Druck	der Druck der politischen Öffentlichkeit auf Politiker, wie er intersubjektiv gemessen werden kann (methodologische Operationalisierung)
Indikatoren öffentlichen Drucks	Merkmale massenmedialer Inhalte, die einerseits methodologisch als öffentlicher Druck operationalisiert werden, und von denen andererseits angenommen wird, dass sie eine subjektive Druck-Wahrnehmung des Protagonisten begünstigen
subjektive Druck-Wahrnehmung	die Wahrnehmung des Politikers, dass sein Handlungs- und Entscheidungsspielraum eingeschränkt ist, jenseits rechtlicher, bürokratischer und organisatorischer Bedingungen

Quelle: Eigene Darstellung

4 Verständnisse öffentlichen Drucks

Die auf öffentlichen Druck zurückführbare Wahrnehmung eines Politikers, unter Druck zu stehen, ist ein sozialpsychologisches Phänomen. Es hat seine Wurzeln in der menschlichen Sozialnatur. Die zugrundeliegende Prämisse ist, dass der Mensch, und damit auch jeder Politiker – der niemand anderes ist als ein Mensch in der Rolle eines Politikers –, „auf den anderen fixiert [ist], fixiert insbesondere auf alle Handlungen, die er als Reaktion auf sich selbst deuten kann“ (Popitz, 1992, S. 107). So, wie der Mensch fähig ist, das ihn umgebende Meinungsklima und dessen Veränderungen wahrzunehmen (Noelle-Neumann, 2001), ist der Mensch ebenso fähig, den ihm zur Verfügung stehenden und variierenden Handlungs- und Entscheidungsspielraum wahrzunehmen. Der Mensch verfügt nicht nur über einen „quasistatistischen Sinn“ (Noelle-Neumann, 2001, S. 316), der ihm eine „statistische Ordnungsvorstellung“ (Hofstätter, 1949, S. 55) über die aktuelle Mei-

nungsverteilung gibt, ihn ein Meinungsklima erspüren lässt und als Bindeglied fungiert zwischen dem Menschen als Individuum und den Menschen als Kollektiv (Noelle-Neumann, 2001, S. 165). Er ist wahrnehmungssensibel auch für seine noch nicht realisierten Handlungs- und Entscheidungsmöglichkeiten.

Wahrgenommener öffentlicher Druck ist deshalb ein relevantes soziales Phänomen, weil er reale Folgen hat für die soziale Welt. Die Relevanz der Wahrnehmung öffentlichen Drucks durch einen Politiker liegt in den Wirkungen dieser Wahrnehmung auf das Handeln und Entscheiden des Politikers. Sein Handeln und Entscheiden kann wiederum Folgen haben für das Handeln und Entscheiden Dritter. Handeln und Entscheiden als Aktualisierung von Handlungs- und Entscheidungspotenzial heißt in jeder sozialen Welt zugleich Modifikation der Potenzialitäten Anderer. Sozialität bedeutet, interdependent sein.⁷ Deutlich formuliert Geiger den Zusammenhang zwischen Interdependenz und Druck: „Die soziale Interdependenz fungiert (...) durch den sozialen Druck, den die jeweils anderen auf den einen ausüben“ (1987, S. 302). Die Gegenwart sozialen Drucks ist eine Konstante menschlichen Zusammenlebens.

Öffentlicher Druck in der politischen Welt ist eine spezifische Form von Druck im Allgemeinen. Die am wenigsten konkrete Formulierung ist, der Politiker handelt und entscheidet unter Druck. Etwas greifbarer sind Formulierungen wie ‚unter außenpolitischem‘, ‚wirtschaftspolitischem‘ oder ‚innerparteilichem Druck‘. Auch können Politiker, wie andere Menschen, unter ‚gesellschaftlichem Druck‘ stehen. Darunter begreift Claessens (1966) den „allgemeinen repressiven Charakter jeder Gesellschaftsordnung“ (S. 89). Repression kann auch eine integrative Funktion haben. Auf sie weist Geiger (1987) hin, wenn er schreibt: Die Öffentlichkeit der Gesellschaft „übt einen sozialen Druck auf das einzelne Mitglied aus. Dieser soziale Druck wirkt teils als Antrieb (...) und somit als Vorbeugung gegen abweichendes Verhalten, teils als Reaktion auf abweichendes Gebaren, falls dieses trotz Normforderung und vorbeugendem Druck vollzogen ist“ (S. 40).

Bedeutend für den Politiker als beruflichen Akteur ist der von Habermas (1994) genannte „Problemdruck“ (S. 435). In seiner Konzeption politischer Öffentlich-

7 Dazu Jaspers (1996): „Der Mensch ist immer beides, ein Einzelner in einem Ganzen. Der Einzelne ist durch seine menschliche Umwelt und diese nur dank der Kraft des Einzelnen. Es kann weder das Ganze – nennen wir es Gemeinschaft, Gesellschaft, Kollektiv – noch den Einzelnen für sich geben.“ (S. 173)

keit als „Resonanzboden für Probleme“ (ebd.) ist es eben diese Öffentlichkeit, die den Problemdruck herstellen und in seiner Intensität variieren lässt. Habermas geht vor allem auf die Frage ein, was es heißt, wenn politische Öffentlichkeit Problemdruck verstärkt: In ihrem Kommunikationsraum werden Probleme jetzt nicht nur registriert, „sondern auch überzeugend und *einflussreich*“ (ebd.; Herv. i. Orig.) zum Thema gemacht. Insbesondere durch eine quantitativ bedeutsame Behandlung und durch Dramatisierung wird ein spezifisches Problembewusstsein geschaffen, sodass Themen – mit Blick auf die Konsequenz dieser Druckinduzierung – „vom parlamentarischen Komplex übernommen und bearbeitet werden“ (ebd.). In Habermas' Verständnis von Druck als Problemdruck kommt Druck als Folge der Thematisierungs- und Agenda-Setting-Funktion vor allem (aber nicht nur) der Massenmedien zustande. Ganz ähnlich spricht Luhmann (2002) von „Thematisierungsdruck“ (S. 309).

Öffentlichkeit stellt Problemdruck her – so heißt es bei Habermas. Gerhards, Neidhardt und Rucht (1998) sprechen vom „Druck der Öffentlichkeit“ (S. 27) selbst, allerdings ohne diesen Gedanken weiter auszuführen. Bei ihnen heißt es, Öffentlichkeit kann sich „druckvoll in laufende politische Entscheidungen“ (ebd.) einmischen. Mit ‚Öffentlichkeit‘ meinen sie die von der politischen Entscheidungsfindung durch Eliten zu differenzierende öffentliche Meinungsbildung der Nicht-Elite. ‚Druck der Öffentlichkeit‘ bedeutet in diesem Verständnis „Druck der Straße“ (von Beyme, 1994, S. 333) auf politische Entscheidungsträger. Er kann gedacht werden als der kumulierte bzw. kumuliert dargestellte Wille von Durchschnittsbürgern, „individuellen Angehörigen des Publikums“ (Schulz, 2008, S. 137), die jeder für sich allein nur in Ausnahmefällen einen bemerkbaren Einfluss auf politisches Geschehen haben.

Eine weitere Erscheinungsform öffentlichen Drucks bezeichnet der Begriff ‚Mediendruck‘. Neben dem bereits beschriebenen Druck, den Medien durch die Thematisierung von Problemen induzieren können, nennt König (2015, S. 87-88) am Beispiel der Regierungsakteure einen zweiten Bereich medialen Einflusses. Zu den Arbeitsroutinen sowohl der Exekutivpolitiker, der politischen Beamten als auch der Linienbeamten gehört die tägliche Beschäftigung mit der Presselage. „In zwei Fällen“, so König, „ist der Mediendruck besonders hoch: erstens, wenn eine namhafte Medienadresse eine Pressekampagne gegen ein Regierungsvorhaben oder für eine bestimmte Problemlösung lanciert, zweitens, wenn eine Uniformität der Berichterstattung ein unzureichendes Bild der Problemlage zeichnet“ (S. 87). In

diesem Verständnis sind die Ursachen des wahrgenommenen Drucks Kampagnenjournalismus sowie konsonante Einseitigkeit der Medieninhalte. Dieser Mediendruck kann König zufolge so stark werden, „dass die Frage gestellt wird, welche der beiden Seiten im Beziehungsgeflecht von Politik und Medien die stärkere Machtposition einnimmt“ (S. 87). Von allen an der Regierung beteiligten Personalgruppen sind die Exekutivpolitiker, zum Beispiel Kanzler und Minister, diejenigen, „die zuerst dem Mediendruck ausgesetzt sind“ (S. 134). Unter ihrer Führung wird die politische Machbarkeit personal- und sachpolitischer Entscheidungen nicht selten an den jeweils wahrgenommenen „Mediendruck“ angepasst (S. 323-324). „Medialer Druck“ kann für Politiker „handlungsleitend“ sein (Dohle, Blank, & Vowe, 2012, S. 387). Das gilt sowohl für den Druck der Medienberichterstattung über verschiedene Einzelmedien hinweg, aber auch für den einzelner Medien.

Inhalte der politischen Medienberichterstattung, das heißt veröffentlichte Informationen und Meinungen, werden von politischen Akteuren oftmals mit der öffentlichen Meinung gleichgesetzt: Politiker reagieren auf massenmediale Veröffentlichungen so, als wenn es sich um öffentliche Meinung handeln würde (Gunther, 1998; Gunther & Storey, 2003). Hier sind die von Noelle-Neumann geprägten Bezeichnungen „Druck des Meinungsklimas“ (2000, S. 70), „atmosphärischer Meinungsdruck“ (2001, S. 52-56) und „Druck der öffentlichen Meinung“ (2001, S. 298) einschlägig. „Die Kraft, der Druck der Öffentlichen Meinung entwickelt sich anscheinend aus den Vorstellungen der Menschen, dass viele andere auch so oder so denken, also aus bestimmten Vorstellungen über die Verteilung der Meinungen in der Umwelt“ (Noelle, 1966, S. 27). Hieraus resultiert der von Noelle-Neumann (2001) so benannte „Konformitätsdruck der öffentlichen Meinung“ (S. 341), der darin besteht, dass Menschen entsprechend der „allgemein gebilligten Meinungen und Verhaltensweisen“ (S. 92) agieren, wenn sie sich nicht isolieren und Sanktionen fürchten wollen. Ganz ähnlich spricht Popitz (1992) vom „Anpassungsdruck“ (S. 254).

Hier könnte eingewendet werden, dass sich Politiker, verstanden als professionelle, taktisch und strategisch handelnde Akteure, sehr viel stärker von berufsbedingten Rationalitäten leiten lassen als von Isolationsfurcht oder der Furcht vor anderen sozialen Sanktionen. Die Bedeutung dieser Rationalitäten soll nicht in Abrede gestellt werden. Gleichwohl ist ein Mensch in der Rolle eines professionellen Politikers nicht ausschließlich professioneller, rationaler Politiker, sondern immer zugleich auch Mensch, für den *menschliches* Denken und Fühlen

charakteristisch ist und von dem nicht angenommen werden kann, dass es vollständig ersetzt wird durch *politisches* Denken und Fühlen. Beides steht miteinander in dynamischer Wechselbeziehung. Was wann vorherrscht und welche Seite die andere in welchem Maß beeinflusst, hängt mindestens ab von der individuellen Person des Menschen-als-Politiker (Politiker-als-Menschen) sowie von der Sache, um die es geht. Popitz (1992): „Die Sorge, Furcht, Angst voreinander ist als ein Modus des Vergesellschaftet-Seins niemals ganz wegzudenken. Zusammenleben heißt stets auch sich fürchten und sich schützen“ (S. 44).

Als weitere Verständnisse öffentlichen Drucks sind der „Druck der Ereignisse“ (siehe etwa Bytzek, 2008; Ulrich, 2011) und der „Druck der Ereignisdichte“ (Korte, 2013, S. 123) zu nennen. Bytzek (2008) versteht unter ersterem das Potenzial von Ereignissen, die massenmediale Agenda „ohne den Umweg über die politische Agenda“ (S. 435) zu beeinflussen.⁸ Ereignisse, über die prominent berichtet wird, können in der Bevölkerung die Erwartung wecken, dass ‚die Politik‘ daraufhin etwas ‚tut‘, zumindest aber ankündigt, sich mit ihnen zu beschäftigen. Bytzek kommt in ihrer Analyse zu dem Ergebnis, dass Ereignisdruck vor allem kurzfristig auf politisches Handeln und Entscheiden wirkt – anders, als es bei der Berichterstattung über Themen der Fall ist. Auch motiviert wahrgenommener Ereignisdruck tendenziell eher zu einer Reaktion mit politischer Symbolik als zu einer Repriorisierung der politischen Aktionsagenda. Die Macht des Ereignisdrucks steigt aber mit der Erhöhung der *Frequenz* der Ereignisse bzw. der Ereignis-Berichterstattung einer ‚Schock-&-Hype‘-Manier, wie sie Ulrich (2011) konstatiert. Eine Folge dieses gestiegenen Ereignisdrucks ist laut Ulrich der häufiger zu beobachtende Zwang der Ereignisse zu Richtungsänderungen involvierter Politiker.

Korte (2013) argumentiert, dass sich „unter dem Druck der Ereignisdichte (...) ein neuer Rhythmus der Politik zu entwickeln“ (S. 123) scheint. Für ihn ist Zeit „eine Chiffre der Freiheit“ (S. 121). „Überall-Medien“, zu denen er vor allem das Smartphone und die aus ihm gewachsene Kommunikationskultur zählt, haben „das politische Entscheiden nochmals dramatisiert“ (S. 122). Korte diagnostiziert „eine

8 Ergänzend dazu lässt sich Ereignisdruck auch unabhängig von den Massenmedien, d. h. medienunvermittelt denken. Ein aktuelles Beispiel ist die Serie von Terroranschlägen in Paris am 13. November 2015. Die Anschläge an mehreren Orten haben die Sicherheitskräfte und das Rettungspersonal insofern unter Druck gesetzt, als dass sie in rascher Folge von Anschlagsort zu Anschlagort gerufen wurden.

neue formative Phase des politischen Entscheidens“, die „unter dem permanenten Druck wachsender Komplexität, zunehmender Unsicherheit, potenziell steigendem Nichtwissen, dynamischen Zeitbeschleunigungen und exponentiellen Risikoerwartungen“ (S. 129) steht. „Überall-Medien lassen keinerlei Strukturierung weder nach Zeit noch nach Raum zu“ (ebd.). Der Druck der Ereignisdichte, katalysiert durch eine höherfrequente Ereignis-Berichterstattung und der wahrgenommenen Notwendigkeit, ihr so gut wie immer und überall mit mobilen digitalen Geräten folgen zu müssen, wird in dieser Lesart zu einer Beschneidung der politischen Handlungs- und Entscheidungsfreiheit. Wenn die Zeit zwischen wahrgenommenen Ereignissen kürzer wird und wenn die Notwendigkeit gesehen wird, auf die Ereignisse zu reagieren, schwindet das, was Korte mit politischer Freiheit bezeichnet.

Die Diskussion exemplarischer Typen des Drucks auf politisches Handeln und Entscheiden wird an dieser Stelle abgebrochen mit dem Hinweis, dass natürlich nicht nur dort Druck herrscht, wo auch das Wort verwendet wird. Bereits die Tatsache, dass sich ein Politiker beobachtet weiß, sei es durch von ihm als Individuen wahrgenommene Personen (zum Beispiel einzelne Journalisten oder Kollegen), sei es durch von ihm als Kollektive wahrgenommene Gruppen oder Institutionen (etwa die Medien oder die Partei), beeinflusst sein Handeln und Entscheiden. „Allein schon sich beobachtet zu wissen, zwingt den Politikern Rücksichten auf“ (Luhmann, 2010, S. 404-405). Indem sich ein Mensch bewusst ist, dass er wahrgenommen wird, macht er als sozial interdependentes Wesen sein Handeln und Entscheiden abhängig von seinen Vorstellungen von den Reaktionen derjenigen, die ihn beobachten. Noelle-Neumann (2001, S. 90) spricht in diesem Zusammenhang von „Öffentlichkeit als Bewusstseinszustand“ (auf Seiten des Individuums), das sie mit „Öffentlichkeit als Urteilsinstanz“ (auf Seiten des Kollektivs) kontrastiert. Für Luhmann (2010) hat die „unausgesetzte Beobachtung des politisch-administrativen Handelns“ eine „disziplinierende Wirkung“ (S. 407) auf die Handelnden.

Auch bei Münch (1991) sind Beschreibungen von Druck auf politisches Handeln und Entscheiden zu finden, ohne dass das Wort ‚Druck‘ fällt. Ein Beispiel: „Der permanent angeheizte öffentliche Diskurs erzeugt eine Inflation der Worte in einem bislang nicht dagewesenen Ausmaß. Politiker werden zu Versprechen *provoziert*, die sie nicht alle gleichzeitig einhalten können“ (S. 103; Herv. PW). Wenn von Politikern als Provozierten gesprochen wird, dann wird von ihnen gesprochen als Politiker, die in ihren Handlungs- und Entscheidungsfreiheiten eingeschränkt sind. Jemanden zu etwas reizen, heißt, darauf hinzuwirken, dass

er etwas tut oder lässt. Der Provozierte ist passiv. Er ist jemand, der reagiert. Der Provozierte ist ein zu etwas Veranlasster. Münch spricht von der „Inflation der Worte“, die provoziert, das heißt von einer Inflation der *Inhalte* öffentlicher Kommunikation – wobei sich Inhalte nicht notwendigerweise auf Sachinhalte beziehen muss, sondern, weniger voraussetzungsvoll, bereits auf bloße akustische oder visuelle Informationen, die zu verarbeiten sind. Hier lässt sich an Kortes (2013) Argumentation anschließen: Je höher die Ereignisdichte, je höher die Inhaltsdichte öffentlicher Kommunikation, desto stärker sind die Druckpotenziale der Ereignis- und Inhaltsdichte auf Politiker.

5 Determinanten und Indikatoren öffentlichen Drucks

Öffentlicher politischer Druck setzt politische Öffentlichkeit voraus. Ein Politiker nimmt öffentlichen politischen Druck dann wahr, wenn er sich im Kommunikationsraum ‚politische Öffentlichkeit‘ bewegt. Dieser Kommunikationsraum wird hier – wie oben beschrieben – als massenmedial vermittelte politische Öffentlichkeit begriffen, als die politikbezogenen Inhalte der Massenmedien. Dies erfolgt vor allem aus forschungspragmatischen Gründen, um den auf den Politiker ausgeübten öffentlichen Druck auch messen zu können. Daneben lässt sich der Kommunikationsraum politische Öffentlichkeit weiter differenzieren. Grundsätzlich können vier politische Öffentlichkeiten unterschieden werden: die interpersonale, Versammlungs-, massenmediale und Netzöffentlichkeit (Gerhards, 1994; Henn, Dohle, & Vowe, 2013, S. 373-374). Sie können vom Politiker auf jeweils zwei Arten erfahren werden: medienunvermittelt und medienvermittelt. Tabelle 2 zeigt die vier Typen politischer Öffentlichkeit und enthält beispielhafte Erfahrungssituationen aus der Sicht des Politikers.

In den acht politischen Öffentlichkeiten gibt es spezifische *Determinanten* und *Indikatoren* öffentlichen Drucks. Im Folgenden werden vor allem die massenmediale und die Netzöffentlichkeit in den Blick genommen. Zu Beginn aber soll auch auf die interpersonale und die Versammlungsöffentlichkeit eingegangen werden – zum einen aus Gründen der Vollständigkeit, zum anderen, weil in der Öffentlichkeitstheorie alle Öffentlichkeiten porös füreinander sind (Habermas, 1994, S. 452) und öffentliche Meinung oder öffentliche Meinungen im Kreislauf über alle Ebenen hinweg entstehen (Gerhards & Neidhardt, 1991, S. 55).

Tabelle 2: Typen politischer Öffentlichkeit, ihre Modi und Beispiele aus der Sicht des Politikers

		Öffentlichkeit			
		inter- personale	Versamm- lungs-	massen- mediale	Netz-
Modus	medienun- vermittelt	Bürgergespräch	Gremien- sitzung	Fernseh- interview	Homepage des Politikers
	medien- vermittelt	telefonisches Bürgergespräch	Video- konferenz	Politiker als Zuschauer	Politiker als Internetnutzer

Quelle: Eigene Darstellung

So beginnt – abseits der wichtigsten und in der hier vorgenommenen theoretischen Konzeptualisierung von öffentlichem Druck vor allem bedeutsamen Medienöffentlichkeit – politische Öffentlichkeit bereits dort, wo der Politiker nicht mehr allein ist. Hitzler (1991): „Politik beginnt dort, wo Öffentlichkeit beginnt“ und „Öffentlichkeit beginnt, wo zwei Menschen sich gegenüberstehen“ (S. 207). Hierbei handelt es sich nicht um normative Verständnisse von Öffentlichkeit (zu nennen sind vor allem diejenigen von Habermas, 1990; Sennett, 2008; und Noelle-Neumann, 2001), sondern um interaktionstheoretische. Goffman (1966) beispielsweise beschreibt Öffentlichkeit als Ko-Präsenz von Individuen, die ihr Verhalten an bestimmten Regeln sozialer Interaktion ausrichten (S. 18, 242, 243). Laut Goffman (2010) ist immer dann von öffentlichem Leben zu sprechen, wenn mindestens zwei Individuen präsent sind und sich wechselseitig wahrnehmen (S. 122).

In diese Richtung zielen auch Raupps (1999) Überlegungen: Raupp setzt sich mit Öffentlichkeit aus akteurstheoretischer Perspektive auseinander. Für sie beruht Öffentlichkeit „auf Handlungen, genauer: auf Kommunikation als besondere Form sozialen Handelns“ (S. 121). Demnach besitzt Öffentlichkeit keine normative Voraussetzung. Stattdessen, so Raupp, setzt sie „an der Reziprozität der Äußerungen insofern an, als Mitteilungshandlung auf der Erwartungserwartung der Verstehenshandlung des jeweiligen Publikums aufbaut und die Verstehenshandlung die Mitteilungshandlung entsprechend interpretiert“ (S. 125). Aus ihrer

akteurstheoretischen Sicht gibt es für Öffentlichkeit keine normativen, sondern kommunikationsstrukturelle Voraussetzungen: „Voraussetzung von Öffentlichkeit ist, dass die Äußerungen der (...) Akteure nicht spontaner Selbstausdruck sind, sondern auf andere (...) Akteure bezogene Handlungen, die durch wechselseitige Erwartungen strukturiert werden“ (S. 125).

Dies führt zur Schlussfolgerung, dass bereits die Dyade eine – für die beiden Interagierenden – *öffentliche* Situation ist. Alter und Ego, zum Beispiel Politiker und Journalist, nehmen sich als Interaktionspartner wahr. Die Dyade ist „die kleinste aller denkbaren Öffentlichkeiten“, wo „die Durchbrechung der Ego-Grenze zum Alter“ stattfindet (Faulstich, 1999, S. 71).⁹ In seiner kleinsten Ausprägung liegt das Entstehungspotenzial öffentlichen Drucks in der wechselseitigen Wahrnehmung der Beteiligten über ihre menschliche Sensorik, das heißt mittels verbaler, para-verbaler und nonverbaler Signale. Die in diesen Signalen liegenden Informatio-

- 9 Die Dyade ist die kleinste denkbare Öffentlichkeit, die durch die Kommunikation zweier Personen hergestellt wird. Sie ist aber nicht die kleinste denkbare Öffentlichkeit überhaupt. Das ist die Öffentlichkeit der Monade, in der sich eine Person *mit sich selbst* befinden kann. Wenn ein Mensch mit sich selbst interagiert und sich dieser Interaktion bewusst ist (im Sinne von: er ist sich seiner selbst bewusst), dann ist der Mensch mit sich selbst öffentlich. In diesem Zustand ist er der Tatsache gewahr, dass er sich selbst beobachtet. Ein Beispiel verdeutlicht das: Ein Mensch beißt in einen Apfel. Wenn er das tut, ohne dass ihm dabei bewusst ist, in einen Apfel zu beißen, ist es keine Handlung, die er in der Öffentlichkeit mit sich selbst vollzieht. Wenn der Mensch aber in einen Apfel beißt und sich dessen bewusst ist, ja mehr noch: ihm bewusst ist: „Ich beiße in einen Apfel“, dann vollzieht er nicht einfach die Handlung des In-den-Apfel-Beißens, sondern beobachtet sich selbst dabei. Bewusstsein heißt immer auch Beobachten. Beobachten heißt immer auch (manifest oder latent) Bewerten. Noelle-Neumann (2001) beschreibt Öffentlichkeit als „Bewusstseinszustand“ (S. 90): „Der normale einzelne weiß immer, ob er sich in der Öffentlichkeit befindet oder vor der öffentlichen Beobachtung verborgen ist.“ (ebd.) Noelle-Neumann meint damit die Beobachtung durch *Andere*. Öffentlichkeit als Bewusstseinszustand in der Monade heißt dagegen das Beobachtet- und Bewertetwerden durch *sich selbst*. Hierfür lassen sich zahlreiche Beispiele in der Literatur finden. So heißt es etwa über die Gedanken, die sich ein Protagonist in Prousts (1984) *Jean Santeuil* macht: „Worte, die er sehr ungern hörte und die ihn in seinen *eigenen Augen* herabsetzten“ (S. 440, Herv. PW). Und andernorts bei Proust (2004), zum *public ear*: „Wenn wir sprechen, stellen wir uns immer vor, unsere eigenen Ohren, unser eigener Verstand hörten zu“ (S. 210). Während das Gegenstück zur Öffentlichkeit im konventionellen Sinn das der Privatheit ist (Geuss, 2002, S. 55-56), ist das Gegenstück zur Öffentlichkeit-mit-sich-selbst das der Handlung-als-Handlung, Tätigkeit-als-Tätigkeit, oder allgemeiner: das der Erfahrung-als-Erfahrung, währenddessen der Mensch, der sie macht, sich seiner selbst nicht bewusst ist.

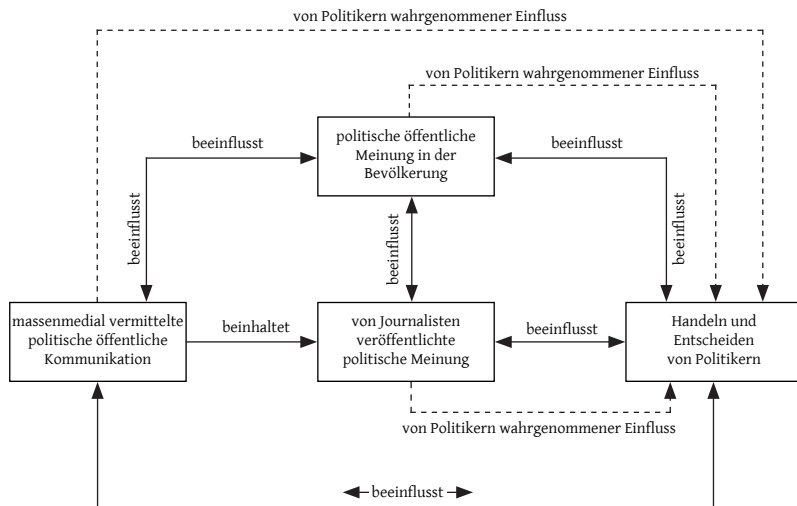
nen können bereits dazu führen, dass sich ein Politiker in seinen Handlungs- und Entscheidungsspielräumen eingeschränkt fühlt, insbesondere, wenn diese durch massenmediale Inhalte genährt zu sein scheinen. In der *unvermittelten* Teilnahme an interpersonalen und Versamlungs-Öffentlichkeiten nimmt der Politiker die Signale *unvermittelt* wahr; in den *vermittelten* Formen dieser Öffentlichkeiten ist ein Medium zwischengeschaltet, das Möglichkeiten mancher Signale öffentlichen Drucks beschränkt¹⁰, andere hingegen verstärkt.

Das potenzielle Wahrnehmen öffentlichen Drucks in der medienvermittelt erfahrenen massenmedialen politischen Öffentlichkeit speist sich aus zwei Quellen: dem vom Politiker wahrgenommenen Inhalt massenmedial vermittelter öffentlicher Kommunikation und dem Einfluss, den er diesem Inhalt auf die politische öffentliche Meinung zuschreibt. Abbildung 2 zeigt das Zusammenspiel von öffentlicher und veröffentlichter Meinung und seinen Einfluss auf Handeln und Entscheiden von Politikern.

Analytisch wird unterschieden zwischen einem *faktischen* Einfluss massenmedial vermittelter politischer öffentlicher Kommunikation auf Handeln und Entscheiden (durchgezogener Pfeil) und dem sich damit nicht notwendigerweise decken müssenden vom Politiker *wahrgenommenen* Einfluss (gestrichelter Pfeil). Die hier interessierende massenmediale Kommunikation beinhaltet unter anderem auch die von Journalisten veröffentlichte politische Meinung. Sie beeinflusst die öffentliche Meinung in der Bevölkerung, die auch beeinflusst wird von anderen politischen Medieninhalten, und die selbst wiederum die von Journalisten veröffentlichte politische Meinung beeinflusst sowie andere Inhalte der massenmedialen politischen Kommunikation. Auf Handeln und Entscheiden von Politikern wirken nun ein – wieder in analytischer Trennung – *faktische* Einflüsse öffentlicher und veröffentlichter Meinung (durchgezogener Pfeil) und die vom Politiker *wahrgenommenen* Einflüsse (gestrichelter Pfeil). Dieser Trennung liegt ein Gedanke

10 Dazu Höflich (1996): „Mit jedem Medium (...) werden verbale und vor allem nonverbale Ausdrucksmöglichkeiten zumindest partiell ausgeblendet und beschränkt.“ (S. 69). Das gilt auch für paraverbale Ausdrucksmöglichkeiten. Hier geht es aber nicht nur um die Möglichkeiten des Ausdrucks, sondern in der theoretischen Konzeptualisierung öffentlichen Drucks und seiner subjektiven Wahrnehmung eben auch um die Möglichkeiten der Wahrnehmung. Nicht jeder Ausdruck des einen Interaktionspartners wird vom anderen zwangsläufig wahrgenommen. Stattdessen ist jeder Ausdruck als *Gelegenheit* für eine Wahrnehmung zu verstehen.

Abbildung 2: Das Zusammenspiel von öffentlicher und veröffentlichter Meinung und sein (wahrgenommener) Einfluss auf Handeln und Entscheiden von Politikern



Quelle: Eigene Darstellung. Hier nicht abgebildet sind Einflüsse auf das Handeln und Entscheiden von Politikern, die dem politischen System entspringen, zum Beispiel Loyalitätsverpflichtungen gegenüber ihren Parteien.

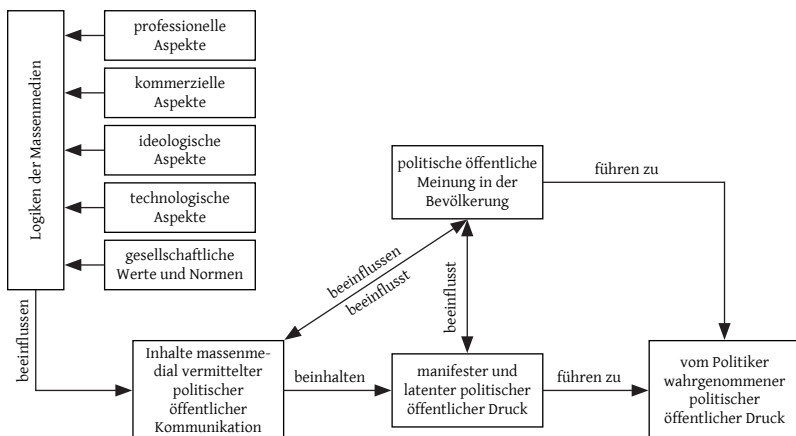
von Ittelson et al. (1977) zugrunde: Sie differenzieren zwischen der externen und der Verhaltens-Umwelt des Menschen. Die externe Umwelt existiert unabhängig von dem Menschen, der sie wahrnimmt. Die Verhaltens-Umwelt hingegen ist „jenes Umfeld, das aus den Interpretationen und Bedeutungen, die der jeweilige Beobachter ihr verleiht, nachgeschaffen wird“ (S. 110). Beide Umwelten stehen für den Menschen in einer Wechselbeziehung. Die Welt, ‚wie sie ist‘ und die Welt, ‚wie sie wahrgenommen wird‘, bedingen einander. Das Handeln und Entscheiden von Politikern bleibt nicht ohne eigene Wirkungen auf die dargestellten Prozesse. Hier kann von Rückwirkungen gesprochen werden, und zwar auf die öffentliche und veröffentlichte Meinung sowie auf andere Inhalte massenmedial vermittelter politischer Kommunikation wie etwa die Tatsachen-Berichterstattung.

Im nächsten Schritt ist nach den *Determinanten* öffentlichen Drucks und des vom Politiker potenziell wahrgenommenen Drucks zu fragen. Was sind die den

Druck bestimmenden Faktoren? Abbildung 3 zeigt sie im Zusammenspiel mit öffentlicher und veröffentlichter Meinung.

Der vom Politiker empfundene Druck (rechts) hat seine Quellen in der Rezeption öffentlicher und veröffentlichter Meinung, die einander wechselseitig bedingen. Die veröffentlichte Meinung wiederum ist ein Teil der Inhalte massenmedial vermittelter politischer Kommunikation. Sie steht mit der öffentlichen Meinung in einem wechselseitigen Einflussverhältnis. Die Medieninhalte selbst entstehen auf Basis der Logiken der Massenmedien, die sich aus professionellen, kommerziellen, technologischen (Esser, 2013, S. 167) und ideologischen (Asp, 1990, S. 48) Elementen zusammensetzen und von gesellschaftlichen Werten und Normen abhängen. Analytisch ist zu differenzieren zwischen potenziell wahrnehmbarem *manifestem* und *latentem* öffentlichem Druck. Manifest ist der Druck, wenn Medieninhalte zum Beispiel explizite Forderungen oder Sanktionsdrohungen enthalten. Latent ist der Druck, wenn er zwischen den Zeilen oder im Nichtgesagten zum Ausdruck kommt.

Abbildung 3: Determinanten des vom Politiker potenziell wahrgenommenen öffentlichen Drucks auf sein Handeln und Entscheiden



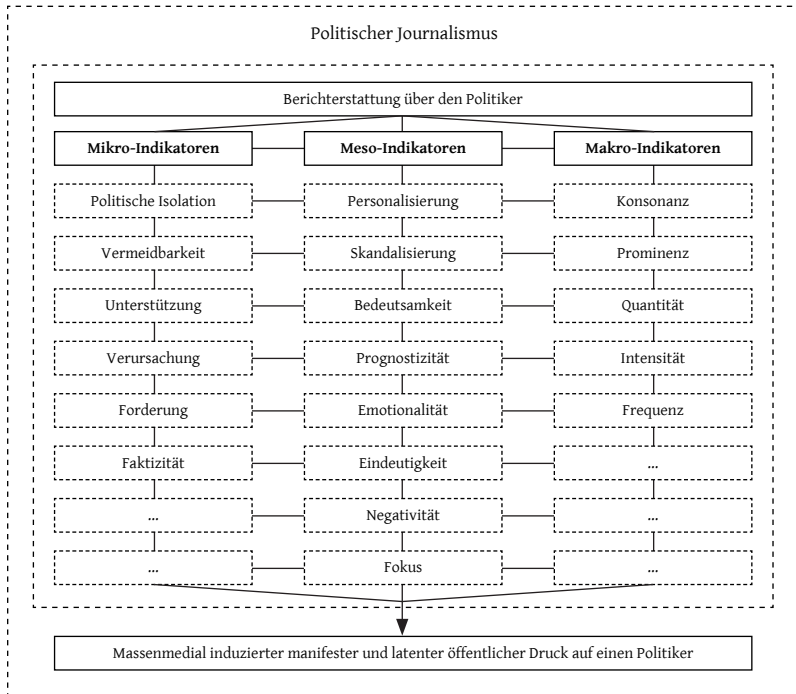
Quelle: Eigene Darstellung. Hier nicht abgebildet sind Wahrnehmungsquellen politischen Drucks, die dem politischen System entspringen, z. B. Kollegen oder Gremien. Die Begriffe „professionell“, „kommerziell“ und „technologisch“ entstammen Esser (2013, S. 167). Der Begriff „ideologisch“ entstammt Asp (1990, S. 48).

In einem nächsten Schritt ist zu fragen, was die Indikatoren massenmedial induzierten öffentlichen Drucks sind. Mit anderen Worten: Es geht um die Bestandteile der Quellen des Wahrnehmungspotenzials öffentlichen Drucks auf Seiten der Medieninhalte. Der hier interessierende Quellbereich öffentlichen Drucks auf Politiker ist der politische Journalismus. Elter und Raue (2013) definieren ihn als „das Berichten über sowie das Einschätzen und Kommentieren von politischen Ereignissen, Akteuren und politischen Rahmenbedingungen in journalistischen Medien“ (S. 23). Berichten, Einschätzen und Kommentieren verweisen zum einen auf *Tätigkeiten*, zum anderen auf Produkte der Tätigkeiten in Form von *Medieninhalten*. Beides kann auf Politiker Druck ausüben. Im ersten Fall ist das zum Beispiel der Journalist im unmittelbaren Kontakt mit dem Politiker (interpersonale oder Versammlungs-Öffentlichkeit). Im zweiten Fall sind das Eigenschaften der Medieninhalte, die ein Politiker unmittelbar selbst rezipiert oder die ihm zuge tragen werden. Dieser zweite Fall ist relevant, wenn von medieninhaltsinduziertem Druck gesprochen wird.

Dessen Indikatoren werden im Folgenden mit einer Mehrebenen-Struktur systematisiert, in der zwischen Mikro-, Meso- und Makro-Indikatoren unterschieden wird (Abbildung 4). Mit *Mikro*-Indikatoren sind in Medienbeiträgen enthaltene Einzelinformationen gemeint. Das ist zum Beispiel die in einem Fernsehnachrichtenbeitrag vorkommende Aussage, dieser oder jener Politiker müsse zurücktreten. *Meso*-Indikatoren bezeichnen Merkmale der Berichterstattung, die einzelne Beiträge insgesamt betreffen, also die über die in ihnen enthaltenen spezifischen Informationen hinausgehen. Das sind Merkmale wie die Tendenz eines Beitrags und der Grad seiner Personalisierung. Unter *Makro*-Indikatoren sind Merkmale von themen- oder ereignisbezogener Berichterstattung insgesamt zu verstehen, das heißt solche, die über einzelne Beiträge und die darin enthaltenen Informationen hinausgehen. Das sind Merkmale wie Quantität und Frequenz der Berichterstattung.

Inwiefern sind die in Abbildung 4 genannten Merkmale der Berichterstattung als Indikatoren öffentlichen Drucks zu verstehen? Das soll am Beispiel eines Politikers verdeutlicht werden, der öffentlich in der Kritik steht und dessen möglicher Rücktritt in der politischen Öffentlichkeit diskutiert wird. Es soll angenommen werden, der Politiker tritt tatsächlich zurück und gibt an, dass er dem öffentlichen Druck nicht länger standhält. Die publizistikwissenschaftliche Annahme ist, dass es ein messbares Korrelat dieser subjektiven Wahrnehmung öffentlichen Drucks geben muss. Hier wird vorgeschlagen, den Druck der politischen Öffentlichkeit

Abbildung 4: Ausgewählte Indikatoren massenmedial induzierten öffentlichen politischen Drucks auf einen Politiker



Quelle: Eigene Darstellung

inhaltsanalytisch anhand von Mikro-, Meso- und Makro-Indikatoren zu messen. Jedem Indikator liegt jeweils eine konkrete Annahme zugrunde. Exemplarisch soll für jede Indikatoren-Ebene ein Indikator und die zugehörige Annahme genannt werden. Zum Beispiel lautet für den Mikro-Indikator ‚politische Isolation‘ die Annahme: Je stärker aus der journalistischen Thematisierung des möglichen Rücktritts hervorgeht, dass der Politiker politisch isoliert ist, desto größer ist das Druckpotenzial der politischen Öffentlichkeit. Für den Meso-Indikator ‚Prognostizität‘ lautet die Annahme: Je größer die Sicherheit ist, mit der Journalisten in ihrer Thematisierung des möglichen Rücktritts vom tatsächlich erfolgenden Rücktritt

ausgehen, desto größer ist das Druckpotenzial der politischen Öffentlichkeit. Für den Makro-Indikator ‚Quantität‘ lautet die Annahme: Je häufiger Journalisten in ihrer Berichterstattung den möglichen Rücktritt des Politikers thematisieren, desto größer ist das Druckpotenzial der politischen Öffentlichkeit.¹¹

Da von der Tatsache auszugehen ist, dass ein Politiker die Berichterstattung über ihn nicht im publizistikwissenschaftlichen Sinn detailanalytisch wahrnimmt sondern holistisch – der Mensch nimmt seine Umwelt als Umwelt wahr und nicht als Aufeinanderfolge isolierter Reize (Ittelson et al., 1977, S. 18) –, liegt es nahe, aus allen Indikatoren einen Punktsammenindex zu berechnen, zum Beispiel täglich für alle Berichte über den Politiker. Dieser Index wird als ‚Druckindex‘ bezeichnet. Das Potenzial öffentlichen Drucks ist dann das theoretische Maximum des Druckindexes.

6 Zum Druck der politischen Netzöffentlichkeit

Bis hierin wurde die politische Öffentlichkeit vor allem aus dem Blickwinkel der Inhalte *traditioneller* Massenmedien betrachtet. Eine zunehmende Bedeutung in der politischen Kommunikation spielen aber die neuen Medien, das heißt Inhalte, die über das Internet vermittelt werden. Dazu gehören die der traditionellen Massenmedien, die zusätzlich im Internet publiziert werden, aber auch solche, die exklusiv für das Internet produziert werden. Kommunikatoren sind nicht mehr ausschließlich professionelle Journalisten, sondern auch Laien, Bürger, Privatpersonen. Kommunikationsplattformen sind nicht mehr ausschließlich diejenigen von Medienunternehmen, sondern auch soziale Netzwerke und Seiten von Kommunikatoren, die unabhängig von Medienorganisationen agieren. Politiker selbst kommunizieren öffentlich im Internet und nutzen die Internetangebote anderer. Traditionelle Massenmedien greifen Internetinhalte auf und es entsteht ein komplexes Kommunikationsgeflecht zwischen alten und neuen,

11 In diesem Stil werden auch die anderen Annahmen formuliert, die hier aus Platzgründen nicht genannt werden können. Der Verfasser wird in Kürze seine Dissertationsschrift vorlegen, in der er alle Indikatoren im Detail beschreibt und im Zusammenhang mit öffentlichen Diskussionen über mögliche Rücktritte deutscher Bundesminister empirisch erhebt.

professionellen und nicht professionellen, institutionalisierten und nicht institutionalisierten Kommunikatoren. In diesem neuartigen Kommunikationsraum der politischen Offline- und Online-Öffentlichkeit bewegt sich auch der Politiker. Deshalb ist zu fragen, ob es einen spezifisch *netzbasierten* öffentlichen Druck gibt, dessen Konzeptualisierung von derjenigen des durch traditionelle Massenmedien induzierten Drucks abzugrenzen ist.

An dieser Stelle soll nicht der Anspruch erhoben werden, definitive Antworten zu geben. Vielmehr soll es darum gehen, anhand ausgewählter Aspekte aus den vorangegangenen Kapiteln Möglichkeiten aufzuzeigen, wie öffentlicher Druck auf politisches Handeln und Entscheiden in der politischen Online-Öffentlichkeit problematisiert werden kann. Ein Ausgangspunkt war, dass öffentlicher Druck eine inhaltliche und eine temporale Dimension hat. Er definiert zum einen den Handlungsrahmen und zum anderen den Zeithorizont (siehe Kapitel 2). Auch für das Internet als spezifische Umwelt des Politikers lässt sich annehmen, dass es dessen Freiheiten einschränkt. Im Internet werden täglich mehr Informationen publiziert als in den traditionellen Massenmedien. Sie haben das Potenzial, ein größeres Publikum zu erreichen als das der traditionellen Massenmedien. Insofern hat das Internet einen potenziell stärkeren „Aufforderungscharakter“ (Ittelson et al., 1977, S. 123) in dem Sinne, als dass sich ein Politiker gezwungen sieht, auf das, was online Aufmerksamkeit erfährt, zu reagieren. Das Internet ist eine kommunikative Umwelt, die nicht nur zahlenmäßig mehr Reize enthält als die kommunikative Umwelt der traditionellen Massenmedien, sondern auch heterogenere Reize.

Hier ließe sich argumentieren, dass eine in diesem Sinn reichere kommunikative Umwelt die Handlungs- und Entscheidungsmöglichkeiten des Politikers mindestens ebenso gut erweitern wie beschränken kann. Das Potenzial, dass der Politiker über das Internet Informationen erhält, die er zuvor nicht kannte und die ihm jetzt die Gelegenheit geben, sie für eigene Zwecke zu verwenden, ist größer, als das entsprechende Potenzial mit Blick auf die Inhalte traditioneller Medien. Allerdings spielt in diesem Zusammenhang die zweite Dimension öffentlichen Drucks eine entscheidende Rolle: der von ihm definierte Zeithorizont, vor dem zu handeln und zu entscheiden ist. Während die gedruckte Zeitung überhaupt kein Echtzeitmedium ist, das Fernsehen nur mit Blick auf den visuellen und das Radio mit Blick auf den auditiven Kanal, ist das Internet potenziell mit allen der von ihm bedienbaren Rezeptionskanälen ein Echtzeitmedium. Für den Politiker heißt das: Die kommunikative Umwelt des Internet und seiner politischen

Öffentlichkeit verlangt von seinem Wesen her eine schnellere kommunikative Reaktion. Je kürzer die Reaktionszeiten werden, desto automatisierter müssen Handlungen vollzogen und Entscheidungen getroffen werden (Schirrmacher, 2014). Automatische Kommunikation ist zwangsläufige, mechanische, schematische Kommunikation – und steht damit situativem Ausloten von Handlungs- und Entscheidungsspielräumen entgegen. Beschleunigung von Kommunikation geht einher mit der Reduzierung kommunikativer Freiheit. Nicht zuletzt führt die Beschleunigung von Informationsgeschwindigkeiten auch dazu, dass sich Politiker gezwungen sehen, bisherige Zeitkorridore des politischen Systems zu verlassen, um schneller zu (re-)agieren (Rosa, 2005, S. 391-396).

Die Feststellung, politisches Handeln und Entscheiden unter Druck ist erwartungserfüllendes Handeln und Entscheiden (siehe Kapitel 2), wirft die Frage auf, wie sich der Kreis der Erwartenden in der traditionellen politischen Öffentlichkeit von dem in der politischen Online-Öffentlichkeit unterscheidet. In den Inhalten der traditionellen Massenmedien kommen ausschließlich jene Erwartungen zum Ausdruck, denen Journalisten bewusst oder unbewusst eine Stimme geben. Im Internet kann der Politiker potenziell von jedem Menschen mit Erwartungen konfrontiert werden, der sich dort äußert. Mit anderen Worten: In der politischen Online-Öffentlichkeit ist die Wahrscheinlichkeit größer, dass ein Politiker Erwartungsdruck empfindet. Eine besondere Rolle spielen hier die Kommentarfunktionen auf den Webseiten traditioneller Medien und die sozialen Netzwerke, in denen zum Beispiel auf Äußerungen eines Politikers unmittelbar reagiert werden kann. In diesem Zusammenhang ist ebenfalls zu nennen, dass im Internet anonyme Öffentlichkeit zählbar wird. So kann ein Politiker im Internet sehen, dass auf die Zahl genau soundso viele Menschen eine Online-Petition unterzeichnet, oder dass sich auf die Zahl genau soundso viele Menschen ein Video angeschaut haben, in dem Verfehlungen des Politikers angeprangert werden. Obwohl unterstellt werden kann, dass der Politiker als professioneller Akteur weiß, dass Unterzeichnerzahlen und Klickzahlen in der Regel nur einen Bruchteil des täglichen Publikums der traditionellen Massenmedien sind, muss auch hier auf die dem Politiker-als-Menschen zugrundeliegende Sozialnatur verwiesen werden, die den Politiker empfindlich macht (siehe Kapitel 4).

Diese Beispiele sollen genügen, um aufzuzeigen, dass es lohnenswert ist, sich mit dem Druck der politischen Online-Öffentlichkeit als spezifisches Phänomen zu befassen. Zu fragen wäre zum Beispiel auch, ob es in der Netzöffentlichkeit ei-

nen spezifischen, von dem der traditionellen Medienöffentlichkeit unterscheidbaren Problemdruck gibt. Gibt es im Internet einen spezifischen Druck der Straße, den ein Politiker wahrnehmen kann? Unterscheidet sich der Anpassungsdruck in der politischen Online-Öffentlichkeit von dem in der traditionellen Medienöffentlichkeit? Wie unterscheidet sich der Druck der Ereignis(dichte) online von dem offline (siehe Kapitel 4)? Gibt es im Internet Indikatoren öffentlichen Drucks auf politisches Handeln und Entscheiden, die es in der traditionellen politischen Öffentlichkeit nicht gibt (siehe Kapitel 5)? Die Tatsache, dass sich die bereits angesprochene höhere Informationsfrequenz im Internet dem Makro-Indikator ‚Frequenz‘ zuordnen lässt, deutet darauf hin, dass es sich bei der politischen Online-Öffentlichkeit nicht um einen ‚revolutionären Bruch‘ von, sondern um eine Ergänzung zu den bereits bestehenden Öffentlichkeiten handelt (Schmidt, 2011, S. 167). Den Wandel öffentlichen politischen Drucks, dem sich Politiker durch das Internet ausgesetzt fühlen können, ist weniger als netzbedingte Veränderung eines sozialen Phänomens per se, sondern als Ergänzung bzw. Relevanzverschiebung von Facetten zu verstehen. Zusätzliche Wahrnehmungsquellen öffentlichen Drucks steigern die Wahrscheinlichkeit, dass Politiker Einschränkungen ihrer Handlungs- und Entscheidungsspielräume empfinden.

7 Grenzen öffentlichen Drucks

Die eingangs formulierte Definition der subjektiven Druck-Wahrnehmung lautete: Für den Politiker ist öffentlicher Druck die subjektive Wahrnehmung, dass seine Handlungs- und Entscheidungsspielräume eingeschränkt sind – jenseits sonstiger Vorgaben, seien es rechtliche, bürokratische oder organisatorische. An dieser Stelle soll mit Überlegungen zur Frage nach den Grenzen öffentlichen Drucks abgeschlossen werden. Es wird vorgeschlagen, aus der Perspektive des Politikers zwischen internen und externen Grenzen zu unterscheiden. Die internen Grenzen liegen in den Politikern als Akteuren und in der Politik als System. Die externen Grenzen liegen in den Journalisten und anderen Produzenten als Akteuren und in den Medien als System. Eine interne Grenze ist zum Beispiel die Druckempfindlichkeit des Politikers. Der empfindlichere Politiker wird sich leichter eingeschränkt fühlen als der weniger empfindliche. Eine zweite interne Grenze ist die Widerstandsfähigkeit des Politikers. Ein weniger belastbarer Poli-

ker wird sich dem wahrgenommenen Druck eher beugen, wird eher von ihm ‚zerdrückt‘ werden als ein stärker belastbarer. Eine dritte interne Grenze, jetzt mit Blick auf die Politik als System, ist die politische Eigenlogik. Darunter werden die genuinen Rationalitäten des politischen Systems verstanden, die zum Beispiel sicherstellen, dass eine Regierung an der Macht bleibt, dass ein Regierungswechsel geordnet abläuft oder dass das Gesetzgebungsverfahren eingehalten wird. Sarcinelli (2011) zufolge darf „die Widerstandskraft der Eigenlogik des Politischen“ (S. 312) nicht unterschätzt werden. Die wichtigste externe Grenze liegt in den massenmedialen Inhalten, das heißt in der Art und Weise, wie ausgeprägt die potenziell druckinduzierenden Merkmale der Medieninhalte sind.

Schließlich muss in einer Diskussion der Grenzen wahrgenommenen Drucks auch vom Begriff der Dämpfung gesprochen werden. Eine Befragung von vier aus öffentlichem Druck zurückgetretenen Politikern zeigt, dass es vor allem die erfahrene Unterstützung aus dem privaten Umfeld, von ihren Familien war, die den Politikern ihre Zeit im Kreuzfeuer der Kritik erleichtert hat. Ohne sie hätte es ihnen an Kraft gefehlt, zum Teil über Wochen hinweg den öffentlichen Druck auszuhalten (Hartmann, 2014). Weitere Beispiele für Dämpfungen sind die öffentliche Unterstützung eines Politikers durch Kollegen, durch die Fraktion oder die Partei, und auch diejenige durch die Bevölkerung, die der Politiker am eigenen Leib durch persönlichen Zuspruch erleben kann oder vermittelt über Meinungsumfragen, die zeigen, dass eine Mehrheit ihn unterstützt. Dämpfungen öffentlichen Drucks können – zumindest zeitweise – die Widerstandsfähigkeit eines Politikers stärken.

8 Anstelle einer Zusammenfassung

Die Selbstverständlichkeit, mit der der Begriff ‚Druck‘ in allen möglichen Kontexten verwendet wird, führt zu einer Illusion von Verständnis. So mag man im alltäglichen Sprachgebrauch zwar über hinreichendes Orientierungsverständnis verfügen, um dem Begriff eine im Kommunikationszusammenhang viable Bedeutung zuzuschreiben. Ein Tiefenverständnis ist das aber noch nicht. Es ist daher notwendig, den Begriff für den wissenschaftlichen Sprachgebrauch zu klären und das Phänomen, das er bezeichnet, einer systematischen Analyse zugänglich zu machen. Der Sachverhalt erinnert an Begriffe wie ‚öffentliche Meinung‘, ‚Öf-

fentlichkeit' oder ‚Macht‘, die ebenfalls lange Zeit vor der eigentlichen Untersuchung der durch sie bezeichneten Phänomene Teil des allgemeinen Vokabulars gewesen sind. Mit dem hier gemachten Vorschlag einer Definition des Begriffs ‚öffentlicher Druck‘ für den Bereich der politischen Kommunikation, der Sichtung verschiedener sprachlicher Fassungen sowie dem Aufriss möglicher Determinanten und Indikatoren, soll ein erster Beitrag geleistet werden zur systematischen Erforschung des Phänomens. Auch wenn hier – mit Blick auf die formulierten Indikatoren – zunächst für inhaltsanalytische Untersuchungen plädiert wird, sollen andere Methoden, zum Beispiel Beobachtungen, Befragungen oder Literaturstudien keineswegs ausgeschlossen werden. Auch soll angeregt werden, Druck in anderen gesellschaftlichen Teilsystemen als dem der Politik zu untersuchen, sei es in denen der Wissenschaft, der Erziehung oder des Sports. Wenn es stimmt, dass menschliches Zusammenleben stets die wechselseitige Kalibrierung individueller und kollektiver Handlungs- und Entscheidungspotenzialitäten bedeutet, eröffnet das hier vorgelegte Verständnis von Druck ein weites Forschungsfeld.

Philipp Wechselbaum, M.A. ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Quellenverzeichnis

- Arendt, H. (2013/1958). *Vita activa oder Vom tätigen Leben* [The Human Condition] (13. Aufl.). München: Piper.
- Asp, K. (1990). Medialization, Media Logic and Mediarchy. *Nordicom Review*, 11(2), 47-50.
- von Beyme, K. (1994). Die Massenmedien und die politische Agenda des parlamentarischen Systems. In F. Neidhardt (Hrsg.), *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen* (S. 320-336). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Bytzek, E. (2008). Ereignisse und ihre Wirkung auf die Themenagenda der Wählerschaft. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 56(3-4), 433-451. doi: 10.5771/1615-634x-2008-3-4-433
- Claessens, D. (1966). Angst, Furcht und gesellschaftlicher Druck. In ders., *Angst, Furcht und gesellschaftlicher Druck und andere Aufsätze* (S. 102-115). Dortmund: Ruhfus.

- Dohle, M., Blank, C., & Vowe, G. (2012). Wie sehen Parlamentarier den Einfluss der Medien? Ergebnisse einer Befragung der Bundestagsabgeordneten. *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 43(2), 376-388. doi: 10.5771/0340-1758-2012-2-376
- Dornseiff, F. (2004). *Der deutsche Wortschatz nach Sachgruppen* (8. Aufl.). Berlin: de Gruyter.
- Douglas, M. (1991/1986). *Wie Institutionen denken* [How Institutions Think]. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Elter, A., & Raue, S. (2013). *Politik: Basiswissen für die Medienpraxis*. Köln: Halem.
- Esser, F. (2013). Mediatization as a Challenge. Media Logic Versus Political Logic. In H. Kriesi, D. Bochsler, J. Matthes, S. Lavenex, M. Bühlmann, & F. Esser (Hrsg.), *Democracy in the Age of Globalization and Mediatization* (S. 155-176). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Faulstich, W. (1999). Der Öffentlichkeitsbegriff: Historisierung – Systematisierung – Empirisierung. In P. Szyszka (Hrsg.), *Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation* (S. 67-76). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Fischer, J., & Kaiser, A. (2011). Wie gewonnen, so zerronnen? Selektions- und Deselektionsmechanismen in den Karrieren deutscher Bundesminister. In M. Edinger & W. J. Patzelt (Hrsg.), *Politik als Beruf* (S. 192-212). Wiesbaden: VS Verlag.
- Geiger, T. (1987/1947). *Vorstudien zu einer Soziologie des Rechts* (4. Aufl.). Berlin: Duncker & Humblot.
- Gerhards, J. (1994). Politische Öffentlichkeit: Ein system- und akteurstheoretischer Bestimmungsversuch. In F. Neidhardt (Hrsg.), *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen* (S. 77-105). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Gerhards, J., & Neidhardt, F. (1991). Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeiten. Fragestellungen und Ansätze. In F. Müller-Doohm & K. Neumann-Braun (Hrsg.), *Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation. Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie* (S. 31-89). Oldenburg: BIS.
- Gerhards, J., Neidhardt, F., & Rucht, D. (1998). *Zwischen Palaver und Diskurs: Strukturen öffentlicher Meinungsbildung am Beispiel der deutschen Diskussion zur Abtreibung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Geuss, R. (2002/2001). *Privatheit: Eine Genealogie* [Public Goods, Private Goods]. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Goffman, E. (1966/1963). *Behavior in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatherings*. New York: Free Press.
- Goffman, E. (2010/1971). *Relations in Public: Microstudies of the Public Order*. New Brunswick: Transaction.
- Gunther, A. C. (1998). The Persuasive Press Inference: Effects of Mass Media on Perceived Public Opinion. *Communication Research*, 25(5), 486-504. doi: 10.1177/009365098025005002
- Gunther, A. C., & Storey, J. D. (2003). The Influence of Presumed Influence. *Journal of Communication*, 53(2), 199-215. doi: 10.1111/j.1460-2466.2003.tb02586.x
- Habermas, J. (1990/1962). *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, J. (1994/1992). *Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats* (4. Aufl.). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hartmann, D. (2014). *Politiker unter Druck? Qualitative Interviews zur Wahrnehmung von öffentlichem Druck* (Masterarbeit). Institut für Publizistik an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.
- Henn, P., Dohle, M., & Vowe, G. (2013). „Politische Kommunikation“: Kern und Rand des Begriffsverständnisses in der Fachgemeinschaft: Ein empirischer Ansatz zur Klärung von Grundbegriffen. *Publizistik*, 58(4), 367-387. doi: 10.1007/s11616-013-0186-9
- Herzog, D. (1975). *Politische Karrieren: Selektion und Professionalisierung politischer Führungsgruppen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hitzler, R. (1991). Der Machtmensch. Zur Dramatologie des Politikers. *Merkur - Deutsche Zeitschrift für Europäisches Denken*, 45(504), 201-210.
- Höflich, J. R. (1996). *Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation: Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution „elektronischer Gemeinschaften“*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hofstätter, P. R. (1949). *Die Psychologie der öffentlichen Meinung*. Wien: Braumüller.
- Imhof, K. (2012). Der Zusammenhang von Unsicherheit und Kreativität in Wissenschaft und Gesellschaft. In U. Göttlich & R. Kurt (Hrsg.), *Kreativität und Improvisation. Soziologische Positionen* (S. 149-163). Wiesbaden: Springer VS.
- Imhof, K. (2002). Unsicherheit und Kreativität. Zwei Kernprobleme der Handlungstheorie. In K. Neumann-Braun (Hrsg.), *Medienkultur und Kulturkritik* (S. 200-215). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

- Ittelson, W. H., Proshansky, H. M., Rivlin, L. G., & Winkel, G. H. (1977). *Einführung in die Umweltpsychologie*. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Jaspers, K. (1996/1956). Das Kollektiv und der Einzelne. 1956. In ders., *Das Wagnis der Freiheit. Gesammelte Aufsätze zur Philosophie* (S. 173-180). München: Piper.
- Joas, H. (1992). *Die Kreativität des Handelns*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Kepplinger, H. M., Tullius, C., & Augustin, S. (1994). Objektiver Inhalt und subjektives Verständnis aktueller Zeitungsberichte. *Medienpsychologie*, 6(1), 302-322.
- Kipfer, B. A. (Hrsg.) (2010). *Roget's International Thesaurus* (7. Aufl.). New York: HarperCollins.
- Klima, R. (1978). Kreativität. In W. Fuchs, R. Klima, R. Lautmann, O. Rammstedt, & H. Wienhold (Hrsg.), *Lexikon zur Soziologie* (2. Aufl.) (S. 431). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- König, K. (2015). *Operative Regierung*. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Korte, K.-R. (2013). Kommunikationsstress: Politisches Entscheiden unter den Bedingungen von Überall-Medien. In E. Czerwick (Hrsg.), *Politische Kommunikation in der repräsentativen Demokratie der Bundesrepublik Deutschland. Festschrift für Ulrich Sarcinelli* (S. 121-132). Wiesbaden: Springer VS.
- Lamp, E. (2009). *Die Macht öffentlicher Meinung – und warum wir uns ihr beugen*. München: Olzog.
- Luhmann, N. (2010). *Politische Soziologie*. Berlin: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (2002/2000). *Die Politik der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (1978). Mechanismus, sozialer. In W. Fuchs, R. Klima, R. Lautmann, O. Rammstedt, & H. Wienhold (Hrsg.), *Lexikon zur Soziologie* (2. Aufl.) (S. 489). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Münch, R. (1991). *Dialektik der Kommunikationsgesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Noelle, E. (1966). *Öffentliche Meinung und soziale Kontrolle: Antrittsvorlesung an der Universität Mainz am 9.12.1965*. Tübingen: J. C. B. Mohr (Paul Siebeck).
- Noelle-Neumann, E. (1971). Einleitung. In E. Noelle-Neumann & W. Schulz (Hrsg.), *Das Fischer Lexikon Publizistik* (S. 7-12). Frankfurt am Main: Fischer.
- Noelle-Neumann, E. (2000). Der Beitrag der Wahlforschung zur Methodenentwicklung in der empirischen Sozialforschung. In M. Klein, W. Jagodzinski, E. Mochmann, & D. Ohr (Hrsg.), *50 Jahre empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten* (S. 59-81). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

- Noelle-Neumann, E. (2001). *Die Schweigespirale: Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut* (6. Aufl.). München: Langen Müller.
- Popitz, H. (1992). *Phänomene der Macht* (2. Aufl.). Tübingen: Mohr Siebeck.
- Proust, M. (2004). *Der gewendete Tag: „Auf der Suche nach der verlorenen Zeit“ in den Vorabdrucken*. Zürich: Manesse.
- Proust, M. (1984/1952). *Jean Santeuil*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Raupp, J. (1999). Zwischen Akteur und System: Akteure, Rollen und Strukturen von Öffentlichkeit. In P. Szyszka (Hrsg.), *Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation* (S. 113-130). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Rosa, H. (2005). *Beschleunigung: Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Sarcinelli, U. (2011). *Politische Kommunikation in Deutschland: Medien und Politikvermittlung in Deutschland* (3. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag.
- Schimank, U. (2005). *Die Entscheidungsgesellschaft: Komplexität und Rationalität in der Moderne*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Schirmmacher, F. (28. März 2014). Dr. Seltsam ist heute online. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 11.
- Schmidt, J.-H. (2011). *Das neue Netz: Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0* (2. Aufl.). Konstanz: UVK.
- Schulz, W. (2008). *Politische Kommunikation: Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung* (2. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag.
- Schummer, J. (2014). *Wozu Wissenschaft? Neun Antworten auf eine alte Frage*. Berlin: Kadmos.
- Sennett, R. (2008/1976). *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens: Die Tyrannei der Intimität* [The Fall of Public Man]. Berlin: Berliner Taschenbuch Verlag.
- Stoutland, F. (2002). Reaktives Handeln und das Überzeugung/Wunsch-Modell. In R. Stoecker (Hrsg.), *Handlungen und Handlungsgründe* (S. 157-179). Paderborn: mentis.
- Ulrich, B. (14. April 2011). Schlag auf Schlag: Sechs Schocks und sechs Hypes in fünfzehn Monaten – unter dem Druck der Ereignisse ändert sich die Natur der Politik. *Die Zeit*, 3.